

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN J.Co DONUTS YANG
MENYEDIAKAN LAYANAN INTERNET (WIFI)
DI PLASA SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Untuk Menyusun Skripsi S-1 Jurusan Manajemen**



Oleh:

**KRESNA PRAMITHA YUDHA
0312010538/FE/EM**

**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAWA TIMUR
2009**

DAFTAR ISI

MOTTO	i
KATA PENGANTAR	ii
HALAMAN PENGESAHAN	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
ABSTRAK	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	10
2.2.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	10
2.2.2 Faktor Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	11
2.2.3 Pengukuran Kepuasan Konsumen	13
2.3 Kualitas Layanan	14
2.3.1 Prinsip Kualitas Layanan	14
2.3.2 Pendekatan Studi Tentang Kualitas Layanan	16
2.3.3 Prinsip Penerapan Kualitas Layanan	18
2.3.4 Pengukuran Kualitas Layanan	22
2.4 Kerangka Konseptual	25

2.5 Hipotesis	26
 BAB III METODE PENELITIAN	 27
3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	27
3.1.1. Kualitas Layanan	27
3.1.2. Kepuasan Pelanggan	30
3.2. Populasi dan Sampel	32
3.2.1. Populasi	32
3.2.2. Sampel	32
3.3. Teknik Pengumpulan Data	33
3.4. Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis	34
3.4.1. Teknik Analisa Data	34
3.4.2. Uji Hipotesis	41
3.4.2.1.Evaluasi Kriteria Goodnes of Fit	41
3.4.2.2.Evaluasi Normalitas	43
3.4.2.3.Evaluasi Outliers	44
3.4.2.4.Evaluasi Mullticollinearity dan Singularity	46
3.4.2.5.Uji Reliabilitas	46
3.4.2.6.Uji Validitas	47
3.4.2.7.Uji variance Extracted	47
 BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN	 50
4.1. Orientasi Kancan di Cafe J.Co	50
4.2. Deskripsi Subjek Penelitian	51
4.3. Deskripsi Hasil Penelitian	54

4.3.1. Deskripsi Tanggapan Variabel Kualitas Layanan	54
4.3.2. Deskripsi Tanggapan Variabel Kepuasan Pelanggan	55
4.4. Deskripsi Hasil Analisis Uji Hipotesis	56
4.4.1. Uji Asumsi Model	56
4.4.1.1. Uji Normalitas dan Linieritas	56
4.4.1.2. Evaluasi atas <i>Outlier</i>	57
4.4.1.3. Deteksi Multicollinearity dan Singularity	58
4.4.1.4. Uji Validitas dan Reliabilitas	59
4.4.2. Pengujian Model dengan <i>One Step Approach</i>	63
4.4.3. Pengujian Hipotesis dan Hubungan Kausal	65
4.5. Pembahasan	67
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	 69
5.1. Kesimpulan	69
5.2. Saran	70
 DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel.	Hal.
1.1. Intensitas kunjungan.....	4
3.3. Skor Pernyataan Tertutup	32
4.1. Usia subjek penelitian	52
4.2. Jenis kelamin	52
4.3. Latar belakang Pendidikan subjek	53
4.4. Pekerjaan subjek	53
4.5. Tanggapan Variabel Kualitas layanan	54
4.6. Tanggapan Variabel Kepuasan pelanggan	55
4.7. Hasil Uji Normalitas	57
4.8. Hasil Pengujian <i>Outlier</i>	58
4.9. Faktor Loading dan Konstruk dengan <i>Confirmatory Factor Analysis</i> ...	60
4.10. Pengujian Reliability dan Konsistensi Alpha	61
4.11. Pengujian Reliability dan Konsistensi Internal	63
4.12. Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i>	65
4.13. Hasil Uji Kausalitas	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal
--------	-----

1. Bagan Struktural Equation Modeling	25
2. Bagan Analisis SEM	64

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DI J.CO DONUTS YANG MENYEDIKAN LAYANAN
INTERNET (WIFI) DI SURABAYA PLAZA**

Oleh

Kresna Pramitha Yudha

Kondisi perekonomian masyarakat yang belum stabil dan adanya PHK tahun 2007-2008 yang mendorong beberapa masyarakat membuka usaha jasa rumah makan. Selain itu tingkat persaingan yang besar pada usaha rumah makan kelas menengah mendorong pengelola rumah makan meningkatkan kemampuan kreatif, seperti membuat interior desain yang memiliki nilai seni guna menarik pengunjung, membina kemampuan pelayanan pada para pramusaji, hingga pada penyediaan fasilitas *Wi-Fi* untuk menunjang kualitas layanan pada pelanggan guna memenuhi kepuasan pelanggan.

Tujuan penelitian ini untuk mengungkap pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan rumah makan yang menyediakan sarana *Wi-Fi*, melalui pendekatan kuantitatif yang dianalisis dalam studi kausalitas dan eksploratif melalui structural equation modeling, yang mengungkap aspek *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles* terhadap kepuasan konsumen rumah makan. Analisis data menggunakan aplikasi program *structural equation modeling* (SEM).

Hasil analisis uji hipotesis menunjukkan bahwa secara simultan variabel kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dikatakan bahwa indikator *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles* secara bersama-sama mampu memberikan sumbangan terhadap kepuasan pelanggan dari segi *attribute product*, *service*, dan *purchase* di rumah makan yang menyediakan fasilitas *Wi-Fi* secara gratis.

Kata kunci : *kepuasan pelanggan, kualitas layanan, reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Saat ini ada sedikitnya 954 *cafe* dan restoran berdiri di Surabaya, tetapi belum ada pengawasan mutu makanan dan minuman yang disuguhkan kepada konsumen, sehingga tidak sedikit restoran/ rumah makan yang gulung tikar ketika banyak informasi beredar tentang makanan berbahaya, dan makanan yang tidak *hygienis*. Hal tersebut mengindikasikan bahwa masalah pengawasan pada rumah makan, terutama restoran tergolong sangat minim, terutama kemampuan rumah makan itu sendiri dalam memberikan jaminan mutu pada konsumen. Masalah pengawasan mutu semestinya dilakukan untuk menjawab kekhawatiran publik atas nyaman tidaknya suatu produk makanan dan minuman yang di konsumsi di restoran dan kafe, atau rumah makan lainnya. Menurut informasi dari yayasan lembaga konsumen indonesia (YLKI) yang dimuat dalam Tempo, Mei 2009 bahwa pemerintah masih lemah terhadap pengawasan, berkaitan dengan penerapan standardisasi mutu makanan dan minuman, antara lain faktor higienis dan halal, sehingga aman untuk dikonsumsi.

Selain hal tersebut, banyaknya rumah makan atau *cafe - cafe* yang berdiri di Surabaya mendorong pengelola usaha rumah makan, baik restoran sampai depot-depot baik yang berdiri sendiri sebagai depot maupun di Mall-Mall atau hotel berusaha keras meningkatkan kualitas produk dan pelayanan. Usaha ini dilakukan

guna meningkatkan penjualan, dengan cara memberikan kepuasan pada konsumen atau pelanggan melalui sistem manajemen mutu.

Peningkatan kualitas produk dan pelayanan dalam manajemen mutu yang dilakukan oleh pihak pengelola rumah makan cukup bervariasi, mulai dari mendesain ulang tata ruang (interior), pemberian ruang bermain anak, menambahkan taman bermain yang alami dengan kolam-kolam ikan, serta penyediaan sarana teknologi seperti sarana internet, baik melalui komputer (PC) maupun *Wi-Fi*. Upaya-upaya yang dilakukan pengelola rumah makan tersebut, selain menjaring segmen pasar pelanggan yang mencari suasana juga pasar berdasarkan gaya hidup, seperti segmen masyarakat kelas menengah yang lebih banyak mobilitas dan berkomunikasi dengan menggunakan laptop.

Hasil penelitian yang dilakukan Saraswati (2008), bahwa beberapa rumah makan di Surabaya memanfaatkan sarana *audio-visual technology* seperti internet guna menjaring pelanggan dan memberikan kepuasan serta membentuk pelanggan loyal. Dari hasil penelitian Ika Saraswati (2008), dan informasi yang diperoleh dari dinas informasi dan komunikasi kota Surabaya, perkembangan rumah makan dari tahun 2006 – 2009 mengalami peningkatan apalagi diikuti kondisi krisis lapangan pekerjaan dan meningkatnya jumlah kasus PHK di Surabaya dan sekitarnya.

Mengacu pada data yang diperoleh melalui dinas Infokom Kota Surabaya tahun 2009 data tersebut diketahui bahwa usaha rumah makan dari tahun ke tahun mengalami peningkatan yang cukup besar, apalagi kondisi perekonomian masyarakat yang belum stabil dan adanya PHK tahun 2007-2008 yang mendorong

beberapa masyarakat membuka usaha jasa rumah makan. Selain itu, hasil penelitian Saraswati (2008) menyebutkan bahwa tingkat persaingan yang besar pada usaha rumah makan kelas menengah mendorong pengelola rumah makan meningkatkan kemampuan kreatif, seperti membuat interior desain yang memiliki nilai seni guna menarik pengunjung, sampai pada penyediaan fasilitas *Wi-Fi*.

Pada data tersebut peneliti mengetahui bahwa adanya sarana pendukung seperti pemberian layanan dalam bentuk penyediaan internet di beberapa rumah makan di Surabaya mampu menarik jumlah pengunjung, sehingga setiap bulan jumlah pengunjung selalu bertambah. Dari data tersebut, peneliti juga mengetahui bahwa sebagian besar pengunjung adalah pelanggan atau konsumen lama yang merasa puas dengan adanya sarana tersebut, tetapi juga karena produk yang ditawarkan serta kemampuan pengelola memberikan layanan (jasa) dirasakan pelanggan cukup memuaskan.

Menurut Teisl, Levy & Derby (1999) bahwa suatu layanan yang memiliki fitur atau manfaat memuaskan kebutuhan konsumen dapat disebut sebagai layanan yang bermutu, demikian pula sebaliknya, layanan yang memiliki fitur atau manfaat yang tidak memuaskan konsumen dapat disebut sebagai layanan yang tidak bermutu. Seperti konsumen rumah makan dapat menilai kemampuan suatu rumah makan dalam memberikan layanan melalui *feedback* langsung, atau juga bisa dilihat dari turunnya kunjungan atau pembelian dan konsumen memilih rumah makan lainnya, meskipun dengan tarif yang relatif lebih mahal namun dapat memberikan kepuasan pada konsumen.

Pada pasar dengan tingkat persaingan usaha yang sangat ketat, mutu dari suatu layanan yang ditawarkan akan memiliki peranan yang sangat strategis terhadap perkembangan suatu unit usaha. Mutu yang baik tidak akan dapat diraih hanya dengan mengandalkan keberuntungan semata, tapi mutlak harus dengan cara penerapan manajemen bisnis yang baik. Sistem manajemen mutu akan memberikan kemampuan kepada perusahaan atau organisasi dalam melakukan kontrol, menciptakan stabilitas, prediktabilitas, dan kapabilitas suatu usaha. Dengan adanya sistem mutu diharapkan suatu unit usaha akan lebih terbantu dalam mencapai, mempertahankan, dan meningkatkan mutu produk atau layanan yang disediakan secara ekonomis. Sebagai pengguna suatu layanan jasa tentunya konsumen akan merasa sangat terganggu dan kecewa ketika layanan yang diperoleh tersebut ternyata memiliki kualitas yang sangat buruk, tidak layak, tidak cocok dan mengecewakan.

Dalam penelitian awal yang dilakukan di beberapa rumah makan, yaitu di “J.Co” Surabaya Plasa, melalui angket yang diberikan pada masing 5 pelanggan rumah makan dapat diketahui alasan dan intensitas mengunjungi sebagai berikut.

Tabel.1.1.
Intensitas Kunjungan Konsumen

Alasan Mengunjungi Rumah Makan	1/minggu		2-3/minggu		1x/bulan	
	f	%	f	%	f	%
Suasannya bersih dan menyenangkan	2	3%	3	5%	7	11%
Memanfaatkan internet gratis	4	6%	14	22%	5	8%
Percaya pada kualitas kesehatan produk yang dijual	6	10%	5	8%	8	13%
Pelayanan memuaskan	1	2%	4	6%	4	6%
Jumlah	13	21%	26	12%	24	38%

N = 63 Responden

Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan dapat diketahui bahwa sebagian besar responden rumah makan yang memiliki intensitas kunjungan cukup tinggi, yaitu 2 - 3 per minggu sebanyak 22% menyatakan salah satu alasan mengunjungi rumah makan tersebut karena adanya fasilitas internet gratis melalui *Wi-Fi*. Hal ini dapat dikatakan bahwa penyediaan fasilitas *Wi-Fi* dipandang dapat meningkatkan volume pengunjung rumah makan, atau merupakan salah satu usaha atau pendekatan yang dilakukan perusahaan guna mencapai kepuasan pada pelanggan, dengan meningkatkan mutu pelayanan melalui pendekatan *service triangle*, yaitu suatu model interaktif manajemen pelayanan yang menghubungkan antara perusahaan dengan pelanggannya (Albrecht, 1982 dalam Yamit, 2005:23).

Goetsch Davis, 1986 (dalam Yamit, 2005 : 8) membuat definisi kualitas yang lebih luas cakupannya, yaitu kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Hal tersebut sesuai dengan informasi yang diperoleh peneliti dalam survey pendahuluan, seperti di cafe “J.Co” setelah memberikan layanan internet *Wi-Fi* pada 3 bulan pertama kunjungan meningkat dan mencapai rata-rata 7% - 10% per bulan, sehingga manajemen sempat meng *up date program* layanan internet terbaru yang lebih cepat *processing*-nya. Hal ini dilakukan untuk menanggapi komplain pelanggan bahwa *loading* internet di *cafe* tersebut lambat, sehingga proses *up load* selesai bersamaan dengan baterai laptop habis. Demikian pula di beberapa rumah makan yang tidak menyediakan fasilitas saluran listrik untuk laptop pada pelanggan memilih meng *up date* program layanan internet agar lebih cepat proses *loading*-nya.

Deskripsi data yang telah dikemukakan, menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki peranan penting terhadap perkembangan dan kelanjutan suatu usaha, terutama usaha dibidang jasa rumah makan. Kualitas layanan yang diberikan rumah makan akan menjadi jaminan bagi kelangsungan hidup rumah makan tersebut, terutama layanan yang bersifat total dan berkualitas. *Total quality service*, atau pelayanan mutu terpadu adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan berkualitas kepada orang yang berkepentingan dengan pelayanan (*stakeholders*), yaitu pelanggan, pegawai dan pemilik.

Pengukuran kualitas yang dikemukakan oleh Zeithaml, Berry dan Parasuraman, 1989 (dalam Tjiptono, 2005), tersebut berpengaruh pada harapan pelanggan dan kenyataan yang mereka terima. Jika kenyataannya pelanggan menerima pelayanan melebihi harapannya, maka pelanggan akan mengatakan pelayanannya berkualitas dan jika kenyataannya pelanggan menerima pelayanan kurang atau sama dari harapannya, maka pelanggan akan mengatakan pelayanannya tidak berkualitas atau tidak memuaskan.

Hal tersebut dapat diatas menurut Teisl, Levy & Derby (1999) bahwa kepuasan konsumen adalah proses yang dapat diukur melalui perhatian dan interpretasi konsumen terhadap suatu produk atau barang setelah melakukan suatu transaksi pembelian terhadap makanan. Kepuasan tersebut akan ditandai dengan perilaku konsumen yang menilai secara langsung suatu produk dari segi kebersihan dan jenis bahan yang dicampur pada makanan, serta pelayanan yang diberikan produsen, termasuk fasilitas yang dapat digunakan konsumen (Ackerley, 2005:45)

Berkaitan dengan deskripsi di atas, peneliti perlu mengkaji lebih jauh bagaimana efek penerapan manajemen mutu pelayanan yang meliputi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles* terhadap kepuasan konsumen rumah makan yang menyediakan layanan internet di Surabaya melalui studi kausalitas.

1.2. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

Apakah ada pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan cafe J.Co yang menyediakan fasilitas internet (*wifi*) ?

1.3. Tujuan Penelitian

Untuk membuktikan pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di cafe J.Co yang menyediakan fasilitas internet di Surabaya.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi manajemen rumah makan yang menyediakan layanan internet agar dapat lebih mengerti dan memahami apa yang benar-benar diharapkan dari konsumen, serta dapat dipakai sebagai dasar penentuan strategi pemasaran usaha rumah makan di Surabaya.

2. Bagi Pengelola Rumah Makan

- a. Diharapkan dapat menemukan metode-metode yang lebih tepat, serta diketahui kemungkinan adanya variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

- b. Sebagai input atau bahan masukan untuk perbaikan kualitas pelayanan guna memenuhi kepuasan pelanggan, sehingga dapat menentukan langkah-langkah selanjutnya yang diambil dalam mengukur kebijaksanaan mutu dimasa yang akan datang.